

# 《传播视野中的"拟态环境"研究》

## 书籍信息

版次：1

页数：248

字数：212000

印刷时间：2008年08月01日

开本：32开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787561441183

## 内容简介

本书的宗旨也就是用“拟态环境”理论来审视和观照中国当下多姿多彩的传媒现实，以期为它的发展路径做出一点有益的探索。我们身处拟态环境之中，人类赖以生存的星球被大众传媒团团包裹，地球因而变得越来越小。1964年加拿大传播学者麦克卢汉提出的“地球村”，在今天看来已经成为现实。时间在消灭空间，这意味着人类的生存环境已经发生了根本性的改变，媒介新环境将自然界转变成它的背景，媒介是新的“自然”，新的环境。我们必须面对环境已经或即将发生变化的现实。研究我们的生存方式，迎接它的挑战。

## 作者简介

郭赫男（1969~），男，汉族，湖北荆门人，文学博士，现为四川外语学院新闻传播学院副教授、硕士生导师，复旦大学新闻学院博士后。先后毕业于中南民族大学（1993，文学学士）、华中科技大学（2003，新闻学硕士）、四川大学（2006，文学博士）。2007年8月进入复旦大学新闻学

## 目录

### 绪论

#### 第一章 拟态环境概述

##### 第一节 环境系列概念

- 一、环境
- 二、自然环境
- 三、社会环境
- 四、拟态环境

##### 第二节 拟态环境概述

- 一、“拟态环境”的提出
- 二、与“拟态环境”相关的几个概念
- 三、关于拟态环境的几种分类
- 四、拟态环境的基本特征

##### 第三节 拟态环境与现实环境的互动关系

- 一、现实环境和拟态环境——了解世界的两扇窗口
- 二、拟态环境与现实环境之间的互动关系
- 三、辩证把握拟态环境与现实环境的关系

##### 第四节 拟态环境的理论与现实意义

- 一、揭橥了大众传播媒介的隐性功能

- 二、建构了议程设置的基本思想
- 第二章 拟态环境的组构因子之一：媒介事件
  - 第一节 媒介事件概述
    - 一、媒介事件的界定
    - 二、媒介事件的功效
    - 三、媒介事件、准事件、宣传性事件
  - 第二节 媒介事件与新闻策划
    - 一、新闻策划争论焦点
    - 二、新闻策划的两种类型
  - 第三节 传媒的新闻策划
    - 一、传媒策划的几个经典案例
    - 二、传媒的新闻策划案例解析及其争议焦点
  - 第四节 企业的新闻策划
    - 一、企业新闻策划的界定
    - 二、企业新闻策划兴盛的原因探微
    - 三、大众传媒如何面对企业的新闻策划
    - 四、新闻策划的事件——拟态环境虚假化的根源
- 第三章 拟态环境的组构因子之二：媒介人物
  - 第一节 大众传媒塑造媒介人物
    - 一、大众传媒具有塑造媒介人物的力量
    - 二、“兰—兰研究”——凸显媒介人物与现实人物的背离
  - .....
- 第四章 拟态环境生态失衡的表征形态（一）
- 第五章 拟态环境生态失衡的表征形态（二）
- 第六章 拟态环境下的受众——如何生存
- 结语
- 参考文献
- 后记

## 在线试读部分章节

### 第一章 拟态环境概述

#### 第一节 环境系列概念

1972年6月5日，瑞典首都斯德哥尔摩召开的联合国人类环境会议通过了《人类环境宣言》，并提出将每年的6月5日定为“世界环境日”。同年10月，第27届联合国大会通过决议接受了该建议。世界环境日的确立，反映了世界各国人民对环境问题的认识和态度，表达了人类对美好环境的追求和向往。世界环境日是联合国促进全球环境意识、提高政府对环境问题的注意并采取行动的主要活动之一。确立世界环境日的意义在于提醒全世界注意地球状况和人类活动对环境的危害，要求联合国系统和各国政府在每年的这一

天开展各种活动来强调保护和改善人类环境的重要性。

### 一、环境

环境（environment）是指“与生活主体发生联系的外部世界”，是“生活主体生活于其中并给生活主体以影响的境况和条件”。它是相对于中心事物而言的，与某一中心事物有关的周围事物，就是这个事物的环境。与生活主体无联系的外部世界，对于主体而言，无所谓环境。凡是生物都是生活体，都有其生活环境，树有树的生活环境，鱼有鱼的生活环境。我们通常所说的生态平衡，即指生活体与其相应的生活环境之间的平衡；不考虑生态平衡，硬性强迫一种生活体生活在不适应的环境里，生活体就有死亡的危险。人也亦然，总有他相应的生活环境，并对生活环境具有生理和心理上的适应。

.....

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

[更多资源请访问www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)